

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JONATHAN REGIS MEZZAVILLA

MARKETING MULTINÍVEL

CURITIBA

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JONATHAN REGIS MEZZAVILLA

MARKETING MULTINÍVEL

Monografia apresentada com o objetivo da obtenção do título de especialista, no curso de MBA em Marketing, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof. Queila Matitz

CURITIBA

2018

Marketing Multinível

Jonathan Regis Mezzavilla

RESUMO

O trabalho em questão procura abordar um assunto e esclarecer o que por diversas vezes tem seus preconceitos e suas armadilhas, a busca pelo que é certo é difícil pela obscuridade que existe no mercado do Marketing Multinível. Trato o mercado como obscuro pois, muitas empresas se denominam utilizar o sistema multinível, mas na verdade se trata das Pirâmides Financeiras, que nada mais é uma maneira de apenas algumas pessoas que estão no topo ganharem e os que estão entrando por último no sistema só tem perdas e nenhum ganho. Por sua vez quando falamos de empresas que realmente fazem a utilização do sistema multinível legalizado e correto, com produtos e serviços que são oferecidos pelo famoso “boca a boca”, gerando bonificações e/ou recompensas para os distribuidores, não apenas pela venda mas também por novas pessoas que são convidadas para o negócio. Este artigo visa deixar mais clara a diferenciação do Marketing Multinível x Pirâmides Financeiras e auxiliar os leitores para que possam estar realmente participando de uma oportunidade para mudar de vida, como prometido por diversas empresas existentes atualmente no mercado do MMN. Toda a metodologia, levantamento bibliográfico e resultados serão baseados por livros estabelecendo um corte temporal de vinte anos, pesquisas no Google Acadêmico em busca de artigos nos quais tenham como referência o marketing multinível, as buscar através do Google Acadêmico será utilizada as seguintes palavras: marketing multinível, marketing de rede, MMN e pirâmides financeiras, o corte temporal usado nessas pesquisas será de oito anos, em português todos os conteúdos, pois, não eram tão conhecidos os sistemas de marketing multinível no Brasil.

Palavras-chaves: Marketing Multinível, Marketing de Rede, MMN e Pirâmides Financeiras.

ABSTRACT

The work in question seeks to address a subject and clarify what repeatedly has its prejudices and its pitfalls, the search for what is right is difficult for the darkness that exists in the MLM market. I treat the market as obscure as many companies are called to use the multilevel system, but in fact it comes to financial Pyramids, which is nothing but a way to only a few people at the top win and those coming last in the system only It has losses and no gains. In turn when we talk about companies that actually make use of the legalized and correct multilevel system with products and services that are offered by the famous "word of mouth", generating price increases and / or rewards for distributors, not only for sales but also for new people who are invited for business. This article is intended to make clearer differentiation MLM x Financial Pyramids and assist readers to actually might be attending an opportunity to change his life, as promised by several currently existing companies in the MLM market. The entire methodology, literature review and results will be based on books by establishing a temporal cut twenty years, research on Google Scholar to find articles in which they have reference to the multi-level marketing, search through Google Scholar will be used the following words: marketing multilevel, network marketing, MLM and financial pyramids, the time cut used in these studies is eight years in Portuguese all content, therefore, they were not known as multilevel marketing systems in Brazil.

Keywords: Multi-Level Marketing, Network Marketing, MLM and Financial Pyramids.

1 INTRODUÇÃO

O atual mercado do Marketing Multinível ou como é chamado por muitos de Marketing de rede, no Brasil, está em grande crescimento e com muitas empresas querendo uma fatia desse mercado, o que deve ser levado em consideração quando falamos o mercado atual é até mesmo o dia, hora e minuto, pois, todos os dias aparecem novas empresas de MMN (Marketing Multinível). Olhando para este mercado e analisando as inúmeras oportunidades que estão surgindo, este artigo é desenvolvido para esclarecer o que muitos "leigos" tem de dúvidas, até porque a maior parte da população nunca nem mesmo ouviu falar de Marketing de Rede.

Se aprofundando e conhecendo um pouco da história do MMN, alguns dos sistemas utilizados pelas empresas Brasileiras, a grande diferença entre o sistema legalmente desenvolvido e correto do Marketing Multinível, com as Pirâmides Financeiras, já é possível ter a base para a diferenciação do que é bom neste mercado

e o que não se deve nem mesmo perder tempo ouvindo as propostas mirabolantes dos divulgadores ou duplicadores.

O que muitas empresas apresentam a seus clientes é, você ser dono do seu próprio negócio, com baixo investimento inicial e alto retorno financeiro, para que assim você possa realizar seus sonhos e seus objetivos, conforme (MARKS, 1956).

2 MERCADO ATUAL BRASILEIRO

O mercado atual Brasileiro todos os dias possui diversas novas empresas, dessas empresas ocorre uma variação de produtos ou serviços, a grande parte possuem produtos cosméticos como seu carro chefe, mas se tratando de um mercado competitivo como o do Brasil, as organizações vem se aprimorando, e cada vez mais com produtos variados como, cestas básicas, cafés expressos, cafeteiras ou produtos de manutenção de sua casa ou até mesmo que você irá utilizar em seus exercícios físicos diários.

Mas toda ação tem a sua reação, pois, muitas dessas empresas que aparecem todos os dias no país, já no início de suas atividades também recebem investigações do Ministério Público ou até mesmo investigações policiais. Conforme os clientes vão realizando reclamações ou até mesmo gerando processos jurídicos para essas organizações, isso acarreta em uma desconfiança por parte das autoridades legais e fiscalizações. Empresas do meio, deixam de recolher impostos, devolver dinheiro de compras efetuadas por seus clientes conforme o Código de Defesa do Consumidor, não entrega o produto ou não presta o serviço solicitado. Mas além de todas essas problemáticas, tem algo muito pior e que se não investigado com rapidez muitas pessoas acabam sendo lesadas, que nada mais é que as Pirâmides Financeiras.

Outro ponto que deve ser destacado no mercado do MMN atual é que empresas de Marketing de Rede sempre estavam se “escondendo”, muitas delas não possuíam publicações em locais de grande visualização ou até mesmo anúncios em diversos meios de comunicação, apenas por meio de seus consultores era possível ter o conhecimento da existência dessas oportunidade de MMN. Hoje as empresas possuem grandes investimentos em mídias pagas como: Anúncios em redes de televisão, times de vôlei, redes sociais e diversos eventos. Com isso a captação de novos prospectados é muito maior, pois, assim as empresas estão deixando de se esconder para se mostrar ao público, demonstrando credibilidade, confiança e inovação.

Os dados que comprovam o grande crescimento, principalmente pela crise em que o país está passando é de mais de 4,1 milhões de empreendedores que desenvolve o marketing multinível em diversas empresas pelo país, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD, 2017).

3 MARKETING MULTINÍVEL X PIRÂMIDES FINANCEIRAS

3.1 MARKETING MULTINÍVEL

O mercado do marketing multinível a nível nacional gerou em volume de negócios R\$ 45,2 bilhões no ano de 2017, o que representa 8% do PIB da Indústria de Transformação, segundo publicado pela Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABVED) (2017), por esse motivo diversas empresas surgem para tentar conquistar uma fatia deste grande mercado e sucessivamente um grande montante de dinheiro que ele movimenta. As empresas de MMN lucram muito dinheiro com o sistema de marketing de rede, mas tudo isso só é possível realmente se a organização possuir um sistema de desenvolvimento de rede arrojado e um plano de marketing atrativo pois, neste mercado o que os marqueteiros procuram realmente é dinheiro.

Algumas empresas que estão no mercado possuem grandes produtos, grandes estruturas e premiações, mas um plano de remuneração que não atrai muitos interessados o que não se torna atrativo o negócio, fazendo com que os clientes fiquem frustrados com os ganhos demonstrados em suas apresentações de negócio.

Mas como todo mercado competitivo, possui empresas mal estruturadas e sem total organização e também existem aquelas que brilham os olhos de muitos, são empresas que o produto ou serviço e o próprio sistema de bonificação se vende sozinho outro ponto a ser destacado para o Marketing Multinível é que qualquer pessoa pode desenvolvê-lo a única diferença de alguém se tornar bem sucedido ou não no negócio é com qual propósito está entrando, de ganhar dinheiro, ter sucesso, usufruir de produtos, serviços e benefícios, conforme destaca (BRAGA, 2011).

Especialistas da área de MMN, falam que o Marketing de Rede traz a quem o desenvolve, qualidade de vida, rede de relacionamento, sucesso, conhecimento e dinheiro. Basta possuir dedicação pelo negócio, muito estudo sobre o sistema disponibilizado pela empresa na qual está em desenvolvimento.

O Marketing de Rede se tornou uma carreira para mim. Tenho liberdade total de tempo. Conheci seres humanos mais incríveis ao redor do planeta. Pude tocar e ser tocado pelas vidas de centenas de milhares de pessoas, viajar o mundo inteiro, contribuir com causas importantes para mim e, principalmente, tornar-me uma pessoa melhor no processo. (WORRE, 2014, p. 19)

Mas tem um ponto importante a ser destacado sobre o tema e que ocorre com a grande maioria dos desenvolvedores de Marketing Multinível, o preconceito, pois, quando vai apresentar a proposta para alguém que nunca ouviu falar ou possui pouco conhecimento sobre o assunto, já indagam sobre ser uma pirâmide financeira, depois de conversa demonstração de resultados, comprovações de legalidade é que as pessoas acabam acreditando no negócio, mas também possui outras pessoas que mesmo assim se mantêm com desconfiança e acaba deixando de fazer por toda essa dúvida se é correta ou não aquela empresa.

3.2 PIRÂMIDES FINANCEIRAS

Pirâmides Financeiras aparecem dia a dia no mercado Brasileiro, o marketing multinível por se tratar de um mercado bem aquecido e que gira bilhões de dólares, muitos utilizam esta informação para o lado negativo, o que acaba queimando muitas empresas legais, pela falta de confiança. Pois, as pirâmides financeiras nada mais são do que empresas nas quais muitas pessoas entram com a promessa de ganhar muito dinheiro, ter a vida dos sonhos, sucesso e muito mais, mas acabam sendo ludibriadas.

Segundo (Melo, 2014) os esquemas estão cada vez mais sofisticador e também possuem diversas maneiras de esconder o que realmente acontecem nessas empresas. Nestes sistemas, apenas quem está no topo ou quem entrou por primeiro no negócio irá ter sucesso ou irá ganhar muito dinheiro e todo este ganho só é possível inserindo novas pessoas na organização, são com novas adesões que irá ter um volume grande de dinheiro e sucessivamente bons ganhos financeiros, para aquelas pessoas que estão no topo da rede, na maioria das empresas que utilizam o sistema de pirâmide financeira não ocorre o pagamento de mensalidade ou qualquer venda de produto, na verdade o interessado só irá realizar o pagamento de uma taxa e com isso terá seu lugar no negócio, mas a proposta tem a promessa que se trouxer mas algumas pessoas isso irá gerar comissões para esta pessoa e que realmente não acontece.

Por se tratar de muitas empresas dia a dia e de necessitar de uma investigação e análise minuciosa, empresas estão no mercado ludibriando várias pessoas, pois, a justiça depende de uma grande captação de provas para que realmente feche ou proíba as empresas de se desenvolverem. São diversos processos de pessoas as quais foram enganadas e que desejam ser ressarcidas por todo dano ou prejuízo causado por essas empresas, mas tudo depende se a justiça conseguir concluir em tempo hábil que a empresa é considerada pirâmide financeira, pois, muitos donos dessas empresas fogem do país com os valores arrecadados com o golpe, não sendo possível ressarcimento dos valores pagos.

Nos últimos anos, tem ocorrido uma avalanche de negócios e esquemas de caráter altamente duvidoso transvestidos de MMN. Mesmo após décadas de existência ao redor do mundo, essa mal nunca foi extirpado por completo. Ao contrário, houve uma expansão ainda mais acelerada e um crescimento simplesmente absurdo desses esquemas. Negócios estes de origem, objetivos e futuro altamente incertos e questionáveis. (MELO, 2014, p. 163)

4 VANTAGENS E DESVANTAGENS DO MARKETING MULTINÍVEL

4.1 VANTAGENS

- Lucratividade Elevada;
- Trabalhar com seu horário;
- Não ter chefe;
- *Network*;
- Não ser necessário pagar franquia;
- Não possui elevados descontos fiscais;
- Investimento inicial reduzido;
- Apoio das empresas com materiais e apresentação do negócio;
- Treinamentos de apresentação.

4.2 DESVANTAGENS

- Diversas regras impostas pela empresa;
- Produtos os quais são difíceis de vender;
- Tempo para dar apoio a toda equipe de sua rede;
- Longas horas para fechar um novo negócio;
- Obrigatoriedade de pagamento para que não perca a rede;
- Estar motivado todos os dias;
- Deslocamento para vários locais;
- Depender de pessoas abaixo de você para possuir ganhos elevados.

5 VANTAGENS E DESVANTAGENS DA PIRÂMIDE FINANCEIRA

5.1 VANTAGENS

- Elevados ganhos para quem está no topo;
- Não possuir produtos ou serviços por muitas vezes;
- Fácil de se conquistar uma venda;
- Não demanda muito tempo.

5.2 DESVANTAGENS

- Ilegalidade do sistema;
- Pessoas que não estão no topo não tem altos ganhos;

- Desconfiança por parte das pessoas;
- Visa apenas lucro para a empresa;
- Quando possui produto ou serviço não é de qualidade;
- Sonega impostos;
- Não há continuidade;
- Não cumpre o código de ética da ABVED;
- Não possui apoio da empresa.

6 SISTEMAS DE TREINAMENTO, DESENVOLVIMENTO DE REDE E COMPENSAÇÃO

Toda empresa de Marketing Multinível, que possui o objetivo de crescimento e expansão no mercado, deve ter esses dois pontos muito forte, Sistema de Treinamento e Desenvolvimento de Rede, pois, aquela que não obtém esses dois pilares não será reconhecida como uma boa empresa no mercado Brasileiro. Dois pilares importantes, pois, quem melhor que a própria empresa para treinar, divulgar e apresentar a funcionalidade do sistema e de seus produtos, com isso pessoas que desconhecem o MMN ou não possuem conhecimento algum sobre aquela organização, começa a entender e a conhecer aquele negócio no qual ela está entrando e que por muitas vezes é sua oportunidade de vida para que possa crescer profissionalmente.

6.1 SISTEMAS DE TREINAMENTO

O Sistema de Treinamento é aquele o qual irá demonstrar ao distribuidor a grande oportunidade que a empresa está proporcionando a ele, sendo assim o grande investimento em um profissional no qual irá produzir este treinamento quanto, produzir os materiais oficiais de apresentação do negócio é de suma importância. E quando falo de sistema de treinamento não é apenas palestras, mas também vídeos, livros, redes sociais, contatos e conferências online. A empresa na qual visa a excelência neste setor, tem grandes chances de demonstrar ao seus prospectados, que está dando total apoio e amparado seus distribuidores com qualquer dúvida que venha surgir por todo o caminho de desenvolvimento de sua rede, fazendo com que o desenvolvedor se sinta seguro em todas as suas apresentações da proposta de negócio e tenha confiança em si mesmo de que tanto a empresa é boa quanto ele que irá apoiar sua linha descendente.

Mas afinal, o que é o sistema de treinamento? Respondendo a pergunta, o sistema corresponde às ferramentas que ensinam, treinam e motivam as pessoas constantemente. Alguns exemplos dessas ferramentas são livros, áudios, vídeos e eventos em geral. Não importa quantas pessoas você tenha

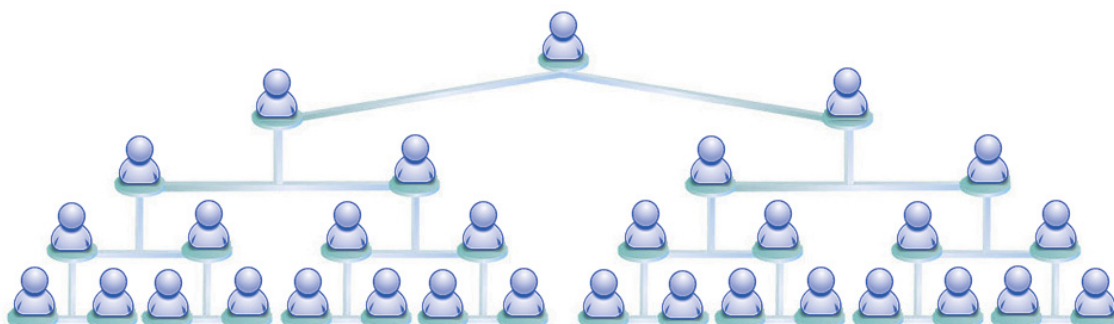
em seu grupo ou onde estejam espalhadas pelo mundo, elas aprenderão da mesma forma sobre os produtos e as leis do sucesso, além de estarem constantemente motivadas por compartilharem suas experiências com pessoas que possuem o mesmo nível de motivação nas reuniões e nos seminários. (MELO, 2014, p. 67)

6.2 SISTEMAS DE DESENVOLVIMENTO DE REDE

Por se tratar de um dos dois pilares de grande importância, o sistema que as empresas adotam para desenvolvimento de suas redes é de grande importância quando falamos de ganho e geração de renda extra, são eles os responsáveis pela colocação de pessoas na rede e como ela será formada, esse assunto gera uma grande discussão aos adeptos ao MMN pois, muitos acreditam que alguns sistemas de desenvolvimento de redes disponíveis no mercado são grandes mentiras. Esses sistemas tem formas de apresentação e colocação de rede diferente, o que faz toda diferença no momento de distribuição de ganhos, muitos sistemas trabalham em mono nível, unilevel, binário e entre outros existentes no mercado.

A opção que está em alta no Brasil e que muitas empresas estão adotando é o sistema binário onde cada pessoa possui diretamente a si duas pessoas, onde essas duas pessoas, também diretamente a si possui duas e assim sucessivamente, conforme imagem ilustrativa (FIGURA1) abaixo:

FIGURA 1 – FORMATO DO SISTEMA BINÁRIO



Fonte: Hinode Cosméticos Blogspot (2015)

Esse sistema binário visa o lucro da empresa mas também o de remunerar e premiar seus distribuidores pelas vendas e alavancagem de mais pessoas para a sua organização. O sistema deve possuir uma estrutura conforme destacado na (FIGURA 1), essa estrutura acima é chamada por formação perfeita onde não falta pessoas nas posições, o que geralmente acontecer dentro dos desenhos de árvores binárias, quando são praticados pelas empresas.

6.3 SISTEMAS DE COMPENSAÇÃO

O Sistema de compensação quando falamos em Marketing Multinível é um dos que surge mais interesse por parte das pessoas, pois, quando falamos em ganhos e recompensas o sistema de compensação é o que gere tudo isso, muitas empresas trabalham por muitas vezes para construir um sistema de compensação arrojado e ao mesmo tempo saudável, pois, sabem o quanto isso atrai novos integrantes ao negócio. Quando uma pessoa está sendo apresentada para uma oportunidade de MMN a primeira pergunta por muitas vezes é “quanto eu vou ganhar com esse negócio” sem mesmo saber o produto ou serviço que irá oferecer para as pessoas, por esse motivo as empresas procuram investir muito mais em um bom plano de compensação. Mas o que muitas organizações acabam pecando no momento de planejar este sistema é não pensar na saúde financeira da empresa, o que acaba fazendo as empresas pagarem mais do que deviam para seus distribuidores e com isso depois que já estão a algum tempo no mercado são obrigadas a fazer modificações em seus planejamentos de compensação.

Cada organização tem seu próprio plano de marketing onde determina quantos níveis um distribuidor pode ter abaixo de si e qual a porcentagem de ganho pode-se obter sobre as vendas de todos os distribuidores. Quanto ao valor médio da porcentagem, depende muito de cada organização, podendo variar de 5% a 20%, e todos são beneficiados. (Braga Santos, Vanessa, Rueda Elias Spers, Valeria, Oste Graziano Cremonezi, Graziela, 2017, p. 245)

Conforme (Pedroso Neto, 2014), existem duas formas de compensação, além dos meios de compensação financeiro, o que encontramos em diversas empresas de MMN são os reconhecimentos de qualificações que nada mais é o cumprimento de metas o qual você vai adquirindo qualificações e com isso maiores ganhos, prêmios, carros e viagens. Essa também é uma grande forma de atrair novos entrantes ao negócio, pois, muitos podem conquistar a tão famosa viagem ou o tão famoso carro por meio de metas estabelecidas pela organização.

7 LEIS REGULAMENTADORAS

No Brasil, conforme a constituição federal não possui uma lei específica para diretrizes de funcionamento ou legalidade de um sistema de Marketing Multinível, a lei que protege quem for enganado pelos esquemas de pirâmides financeiras, é a LEI Nº 1.521, DE 26 DE DEZEMBRO DE 1951, onde ela protege qualquer cidadão de crimes contra a economia popular. Outra lei que o cidadão pode utilizar para sua própria proteção se em algum momento se sentir lesado é a do Código de Defesa do

Consumidor - LEI Nº 8.078 DE 11 DE SETEMBRO DE 1990, em casos de empresas corretas e de boa índole são regidas pelas lei do CDC, por se tratar de empresas que possuem ou algum produto ou serviço disponível para seu cliente. Por este motivo que diversas pirâmides aparecem dia a dia no mercado, pois, não possuem leis específicas para combater este tipo de ilegalidade, ou até mesmo não existem fiscalizações de órgãos competentes para que fiscalizem essas empresas.

8 ABEVD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDA DIRETA

A ABEVD é uma associação sem fins lucrativos na qual teve origem no ano de 1980 e visa promover e desenvolver o mercado de venda direta no Brasil, por se tratar de um setor que está em grande evolução onde movimentou R\$ 45,2 bilhões em 2017 e envolve mais de 4 milhões de pessoas desenvolvendo o sistema de venda direta, hoje possui mais de 52 empresas associadas incluindo diversas empresas renomadas e com grande influência no país, as quais seguem o Código de Ética na conduta com os vendedores diretos (Site ABEVD). Ter um órgão o qual da apoio a diversas empresas que por muitas vezes são taxadas de pirâmides financeiras é algo positivo e que traz credibilidade e confiança. Sendo assim todas as empresas que estão associadas a ABEVD podem se dizer que seguem regras e códigos para que nenhum de seus revendedores sejam enganados como nas pirâmides financeiras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse trabalho foi apresentar ao leitor através de pesquisas em sites, livros, artigos e através de conhecimento pessoal o quanto o Marketing Multinível pode ser uma oportunidade de negócio aos que desejam o crescimento profissional, pessoal e financeiro, desde que tenha a escolha correta em qual empresa irá desenvolver o seu negócio, pois, a escolha errada pode acarretar em uma perda de tempo, dinheiro e contatos. Outro ponto a ser destacado no estudo em questão é a diferença entre o Marketing Multinível e as Pirâmides Financeiras, o que faz abrir os olhos de quem procura saber mais sobre o mercado e o que ele pode lhe trazer de pegadinhas, pois, as diversas empresas que se passam como empresas de MMN fazem milhares de pessoas apostarem todas as suas chances no negócio.

O trabalho apresenta também os diversos sistemas que possuem dentro de uma empresa de MMN, Sistema de Desenvolvimento de Rede, Sistema de Compensação e o Sistema de Treinamento, os três pilares que toda empresa deve possuir para entregar uma oportunidade sólida e financeiramente saudável para que seus desenvolvedores não sejam prejudicados futuramente.

Para que possa evitar empresas de má fé e passar um pouco de credibilidade foi apresentado no trabalho um pouco sobre a ABEVD a qual possui diversas empresas credenciadas e que devem seguir regras para que nenhum consumidor seja lesado ou até mesmo enganado, a Associação da todo um apoio para as empresas

de venda direta no mercado brasileiro, pois, por muitas vezes essas empresas possuem discriminação por parte da população.

Assim concluo que há muitas empresas as quais são de total credibilidade no mercado brasileiro e de um planejamento extraordinário, mas que sem trabalho não é possível a conquista dos objetivos, se houver alguma empresa que apresente ganhos e prêmios sem trabalho, desconfie.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE VENDA DIRETA – ABEVD. Dados e Informações. Disponível em: <http://abevd.org.br/noticias-e-informacoes/dados-e-informacoes/>. Acesso em: 04 de Outubro de 2018.

BRAGA, Denilson. **Cadernos de Marketing, Marketing Multinível e Vendas Diretas Volume 3**. Recife: Comunigraf Editora, 2011.

Braga Santos, Vanessa, Rueda Elias Spers, Valeria, Oste Graziano Cremonezi, Graziela. **As Diferenças entre marketing multinível e as pirâmides financeiras ou “esquema de pirâmides”**. Revista Brasileira d Marketing, 2017. <http://www.redalyc.org/pdf/4717/471755324002.pdf>. Acesso 05 de Novembro de 2018.

MARKS, Will. **Marketing de Rede, O Guia Definitivo do MLM Multi-Level Marketing**. São Paulo: MAKRON Books do Brasil Editora Ltda, 1956.

MELO, Demétrio. **Network marketing: o negócio do século XXI**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

PEDROSO NETO, Antonio J. **A construção e a dinâmica do mercado em rede: o caso da Amway do Brasil**. Palmas: EDUFT, 2014.

BRASIL. Lei n.º 1.521, de 26 de Dezembro de 1951. Lei vigente sobre crimes da economia popular. Presidência da República Planalto. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L1521.htm Acesso em: 18 de Outubro de 2018.

BRASIL. Lei n.º 8.078, de 11 de Setembro de 1990. Proteção do consumidor e da outras providências. Presidência da República Planalto.

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 18 de Outubro de 2018.

WORRE, Eric. **Go Pro – 7 Passos para ser um Profissional do Marketing de Rede**. Rio de Janeiro: Editora Rumo ao Topo, 2014.

Figura 1: <http://hinodecosmeticoses.blogspot.com/p/blog-page.html>